



Javier Fernández Aguado

Top Ten Management Spain

Resumen de su intervención en el Foro ARAGÓN EMPRESA 2011

Citando la canción "No hay que llegar primero, sino que hay que saber llegar" comenzó una interesante ponencia de mano de Javier Fernández Aguado.

Pese a la creencia popular sobre la maldad de la crisis, nuestro ponente hizo hincapié en sus puntos positivos puesto que según sus palabras es el altavoz del sentido común. De esta manera intentó transmitir y concienciar a las empresas que no están muertas, que "lo importante no es donde estás, sino dónde queremos estar y cómo vamos a llegar".

Para nuestro ponente un negocio no solo es adquirir algo relativamente barato, transformarlo y venderlo relativamente caro, sino que "un negocio es una compañía".

De esta manera nos enseñó que una organización no puede sobrevivir si no tiene alma, sobretodo en el ámbito de la empresa, tiene que ser esta

compañía un lugar donde se comparte, posee ese alma cuando todos los grupos de interés dentro de ésta comparten el pan.

El mercado actual demanda que competir hoy en día consiste en ver lo que todo el mundo ha visto pero nadie ha mostrado todavía, haciendo una mención a otros ponentes como el joven Pau García-Milà destacó esa innovación y carácter fresco y lanzado que hay que poseer para lanzar una empresa y hacer que sea rentable y útil.

La cultura de la competencia no tiene que ser la del error cero, sino la de la innovación. El único que no comete errores es que no pretende innovar y el cambio no es lo único que ha evolucionado sino la velocidad a la que ese cambio se genera. Las empresas que compiten son las que pueden transformar a su gente de lastre, en el auténtico motor.



La crisis nos tiene que ayudar a viajar hacia el centro de nosotros mismos, competir significa exigirnos más a cada uno, puesto que las organizaciones no fracasan por la crisis sino por la corrosión interna al no exigirnos nada nuevo y caer en el error de la comodidad.

Como cierre de su ponencia, en un tono sutil de humor respondió a las preguntas del público, a través de anécdotas y chistes y, sin duda alguna, se mostraron muchos ejemplos de optimismo en las palabras del ponente.

Como colofón de su discurso, el ponente incitó a los oyentes a la acción, a que actuaran como auténticos romanos, con ganas de comerse el mundo, cargados de fuerza, estrategia y esa incesante búsqueda por extender fronteras.



"La crisis nos tiene que ayudar a viajar hacia el centro de nosotros mismos"